

LA REPUTACIÓN DE LA UNIVERSIDAD Y LOS ESTUDIANTES

La mayor parte de los rankings internacionales de universidades usan tres criterios de valoración: las publicaciones científicas, la opinión de los académicos y el empleo. Son elementos que se pueden medir y comparar internacionalmente.

Difíciles de medir y de comparar entre distintos países resultan sin embargo los indicadores de la calidad docente. Cada sistema universitario tiene su forma particular de organizarse. Por esa razón, los rankings nacionales, más que los internacionales, suelen incluir indicadores de calidad docente.

Estas consideraciones sirven para preguntarse por el peso de los estudiantes en los rankings y, más en general, en el establecimiento del prestigio de una universidad. En mi opinión, conviene recuperar la idea de que el estudiante ocupa el centro de la universidad. Y pienso que se puede afirmar también que el trabajo del estudiante influye mucho en la reputación de la universidad.

Podríamos resumir la relación entre los estudiantes y la reputación de la universidad en diez reflexiones muy sintéticas, que emergen de las sesiones mantenidas en un Congreso internacional, celebrado en la Universidad de Navarra, en el que han participado expertos de 23 países. No son consideraciones que se apliquen solamente a nuestro país, sino también a otros sistemas universitarios del mundo.

1. La reputación de la universidad depende sobre todo de la **calidad de la docencia**, su tarea esencial, más aún que de otros factores. La atención a los rankings no debería distraer de esta realidad.
2. Los estudiantes acuden a la universidad con una **expectativa** fundamental: recibir una buena formación académica, contar con profesores expertos y cercanos, aprovechar la inversión de tiempo y esfuerzo de los años universitarios.
3. La calidad de la tarea docente puede medirse gracias a indicadores objetivos, como los créditos aprobados, los años de duración de los estudios, los resultados de los exámenes de acreditación profesional. A la

vez, conviene identificar indicadores que reflejen la **experiencia de los estudiantes**, es decir, su valoración respecto a la vida universitaria y al cumplimiento de sus expectativas. La perspectiva del estudiante ha de ser conocida y reconocida en lo que vale.

4. Para que la experiencia del estudiante sea enriquecedora, además de la calidad docente, cuentan también **otros factores**, como la posibilidad de acceder a becas, la facilidad para encontrar alojamientos adecuados, las oportunidades de desarrollar actividades deportivas, culturales y de solidaridad.
5. Parte importante de esa experiencia del estudiante es la **responsabilidad social y medioambiental**, que se aprende teóricamente en las aulas y también en la práctica fuera de ellas, durante los años de universidad. El proceso de educación superior incluye el aprendizaje del compromiso cívico. Cada vez más, es una expectativa de los propios alumnos.
6. La necesidad de conocer las expectativas y las percepciones de los estudiantes requiere crear una “**arquitectura de la escucha**”, a través de diferentes canales, con la ayuda que presta actualmente la tecnología. En la universidad, como en todas las organizaciones, la profesionalidad de la escucha es un reto.
7. Los estudiantes pueden considerarse co-creadores de la vida universitaria, partícipes y no meros destinatarios de su actividad. El término inglés “**engagement**” es muy atinado. Esta involucración responsable es fuente de creatividad e innovación en el ámbito macro y en el ámbito micro de la vida universitaria.
8. Para la escucha y el “engagement” se requiere una adecuada **comunicación** con los estudiantes (no solo “hacia” los estudiantes), que ayude a crear una auténtica relación universitaria. Una comunicación que abarque de modo coherente todas las fases de la relación: antes, durante y después de las aulas.
9. Las **asociaciones de antiguos alumnos** son una consecuencia de la solidez de la relación que nace de una experiencia satisfactoria de los estudiantes. Si sus expectativas se han colmado, si la formación recibida es de calidad, es probable que expresen cuando ya son profesionales su compromiso cívico colaborando con las universidades. Se crea de este

modo una cadena de solidaridad, en la que quien ha recibido mucho ayuda a quien lo necesita.

10. En consecuencia, **una universidad tiene buena reputación cuando sus estudiantes tienen buena reputación.** Una universidad tiene éxito cuando sus estudiantes lo tienen. En este sentido, el mejor de los rankings, el que refleja la experiencia de los estudiantes, quizá todavía no existe.

La lógica de la reputación, entendida como calidad percibida, es inclusiva y cooperativa, mientras que la de los rankings puede resultar excluyente y competitiva. Cabe decir que todas las universidades, independientemente de su presencia en los rankings, están en condiciones de aspirar a gozar de una excelente reputación, a realizar una valiosa aportación a su propio entorno y a prestar un servicio cualificado a sus estudiantes.

Juan Manuel Mora
Vicerrector de Comunicación
Universidad de Navarra